



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

FÓRMULAS, ETHOS, DISCURSO RELIGIOSO E DISCURSO POLÍTICO

Alexandre Ribeiro Lessa
(UESB)

Edvania Gomes da Silva
(UESB)

Maria da Conceição Fonseca-Silva
(UESB)

RESUMO

Nesse trabalho investigamos se o sintagma “x do bem” se enquadrava na noção de *fórmula*, conforme postulada por Krieg-Planque (2010), bem como identificamos alguns de seus usos, em especial, no entremeio do discurso religioso e político. Para tanto, partimos de alguns resultados obtidos no processo de pesquisa de minha dissertação de mestrado, acerca de um dos *ethé* do candidato José Serra na eleição presidencial de 2010.

PALAVRAS-CHAVE: Fórmulas Discursivas. Ethos. Discurso religioso.

· Mestrando do Programa de Pós-graduação em Memória: Linguagem e Sociedade (PPGMLS) da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Bolsista da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Membro do Grupo de Pesquisa em Análise de Discurso (GPADis/CNPq/UESB). E-Mail: alexandrelessa@gmail.com.

· Doutora em Linguística pela Unicamp. Professora do Programa de Pós-graduação em Memória: Linguagem e Sociedade (PPGMLS) da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Membro do Grupo de Pesquisa em Análise de Discurso (GPADis/CNPq/UESB). E-Mail: edvaniagsilva@gmail.com.

· Doutora em Linguística pela Unicamp. Coordenadora do projeto de pesquisa e orientadora, líder do Grupo de Pesquisa em Estudos Linguísticos (GPEL/CNPq/UESB) e do Grupo de Pesquisa em Análise de Discurso (GPADis/CNPq/UESB). Professora do Programa de Pós-graduação em Memória: Linguagem e Sociedade (PPGMLS), da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB). Coordenadora do Laboratório de Pesquisa em Análise de Discurso - *campus* de Vitória da Conquista. E-Mail: con.fonseca@gmail.com.



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

INTRODUÇÃO

Desenvolvendo minha pesquisa parcial de mestrado em *Memória: Linguagem e Sociedade* pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, e observando alguns resultados, escrevi um artigo com o título “*Memória, discurso religioso e discurso político: estudo de caso*” em que apresento a análise de um *corpus* constituído de um panfleto eleitoral, no qual encontramos materialidades verbais e imagéticas. Tais materialidades se constituem no cruzamento entre o discurso religioso e o discurso político. Os dados coletados dizem respeito à campanha presidencial de José Serra nas eleições de 2010. Nas conclusões do referido artigo, afirmamos, conforme Amossy (1995), que na antiguidade o *ethos* era tomado como os traços de caráter do enunciador, a maneira de se mostrar ao público tendo como objetivo causar boa impressão, não importando se o que era mostrado era verdade. Embora seja possível analisarmos o material apresentado sob essa perspectiva, o nosso olhar para a questão teve como base estudos feitos por Maingueneau (2005, 2008a, 2008b), segundo o qual o *ethos*, por se constituir por meio do discurso: a) não é uma “imagem” do locutor exterior à fala, mas uma noção discursiva; b) é um processo interativo de influência sobre o outro; c) não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, pois o contexto sócio-histórico constitui e configura a existência de determinados *ethé* em detrimento de outros. Para ele, a instância subjetiva (manifestada por meio do discurso) é concebida como uma *voz* e associa-se a um *corpo enunciante*.

Desta forma a conclusão foi que os candidatos a cargos eletivos e seus respectivos partidos, na esfera de poder político, ali representados por José Serra e o PSDB, atuam em conformidade com o que percebem que o povo anseia e, a partir disso, constroem seus discursos, em que se pode perceber se eles enfatizam seus valores ou o valor de sua plataforma política, se reconhece e se mobilizam o valor



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

dos cidadãos. Nessa atuação, os candidatos e seus respectivos partidos seguem a estratégia da construção de sua própria imagem, tentam montar um *ethos*, ou vários *ethé*, que tenham credibilidade, que seduzam os eleitores. A materialidade significativa estudada, tomada como lugar de memória discursiva e analisadas naquele trabalho, indicam, pois, um dos *ethé* que o candidato Serra e seu partido tentaram construir para conseguir adesão dos eleitores no Brasil.

MATERIAL E MÉTODOS

Nesse trabalho tomamos por base os escritos de Alice Krieg-Planque, doutora em ciências da linguagem, professora de ciências da informação e comunicação na *Université Paris Est Créteil* e pesquisadora integrante do *Centre d'étude des discours, images, textes, écrits et communications (Céditec)*. A autora escreveu sua tese de doutoramento, intitulada “*Purification étnique: une formule et son histoire*” (2003), onde desenvolveu uma análise discursiva acerca de uma fórmula que surgiu no contexto da guerra ocorrida na antiga Iugoslávia durante a década de 1990.

Na referida obra, ao pesquisar a história das expressões, “depuração-étnica”, “limpeza-étnica”, “purificação-étnica”, a autora estudou os momentos históricos em que as palavras entraram “em conjunção para formar os sintagmas neológicos ‘purificação étnica’, ‘limpeza étnica’ e ‘depuração étnica’” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 10), tendo por objetivo compreender o modo como a fórmula “purificação étnica” havia funcionado, para parte da mídia, como interpretante da Guerra dos Bálcãs, pois, ainda segundo a autora, “o acesso de uma palavra à condição de fórmula é parte integrante da história dos usos dessa palavra” (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 19).

Nossa proposta é analisar o sintagma “X do bem”, relacionando a materialização dessas fórmulas com a tentativa de construção de determinada



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

imagem dos políticos em períodos eleitorais. Para tanto, conforme previamente mencionado, utilizaremos a noção de fórmula de Krieg-Planque. Segundo a autora, são características da fórmula:

- 1) *Ter caráter cristalizado;*
- 2) *Sua dimensão discursiva;*
- 3) *Ter um referente social;*
- 4) *Ter um aspecto polêmico;*

A primeira condição expressa por Krieg-Planque para a identificação de uma fórmula é o seu caráter cristalizado, ou seja, uma materialidade relativamente estável que se repete em vários contextos.

A cristalização é o ponto de partida para identificar se uma palavra ou expressão é ou não uma fórmula. Nesse processo é necessário examinar se essa determinada materialidade, em seu momento histórico particular, pode ser candidata à fórmula, e para tal, a mesma precisa ser sustentada por uma forma significativa relativamente estável, como nos casos do sintagma “X do bem”, nos exemplos abaixo:



Exemplo 1





ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

Exemplo 2



Exemplo 3

Notamos que a fórmula, em seu caráter cristalizado, existe através de múltiplas paráfrases de que ela é a cristalização (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 67), formando assim um material linguístico relativamente estável com significante compartilhado. Percebemos que isso acontece com o sintagma “X do bem” nos três exemplos supracitados. Assim, uma materialidade linguística relativamente estável, localizável na cadeia do enunciado e linguisticamente descritível, dá suporte à fórmula.

A noção de fórmula, apesar da importância em si verificar a presença de uma materialidade linguística relativamente estável, é uma noção essencialmente discursiva (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 81), ou seja, consiste nos usos de uma palavra ou sequência verbal em determinados contextos,

em relação à segunda característica, segundo a qual a



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

fórmula se inscreve em uma dimensão discursiva, a autora afirma que apesar de ter como base de sustentação uma materialidade linguística relativamente estável, a noção de fórmula não é linguística [...] Essa dimensão discursiva resulta de uma certa utilização da fórmula. Ainda segundo Krieg-Planque, existem fórmulas que acedem ao estatuto de fórmula no momento em que surgem, ou seja, elas já “nascem” fórmulas. Entretanto, na maioria dos casos, o que ocorre, ainda segundo Krieg-Planque, é que a sequência pré-existe ao seu acesso ao ranking de fórmula. Nesse caso, a palavra ou expressão já existe e, em determinado momento, devido a condições de produção específicas, ela se torna uma fórmula. (SILVA, 2009, p.7)

Nesse sentido, para atingir o status de fórmula, determinada palavra ou expressão, precisa ser pesquisada em seu uso particular, ou em uma série de usos particulares, por meio dos quais a sequência assume um movimento, sendo retomada e comentada, como nos exemplos:

“[...] maioria da mídia não entendia ele e não lhe dava o valor que ele merecia e não o tratava como ele deveria ser tratado, **como uma pessoa do bem**, um anjo sem asas.”⁶⁵⁶

⁶⁵⁶ Grifos nossos. Frase atribuída ao cantor Bom Jovi disponível em: <http://www.linguee.com.br/portuguese-ingles/search?query=pessoa+do+bem&moreResults=1>, acesso em 07/08/2012.



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

Exemplo 4



Blog
Reinaldo Azevedo
Análises políticas em um dos blogs mais acessados do Brasil

 Assine o Feed RSS | Saiba o que é

BUSCAR NO BLOG 

10/04/2010 às 13:32

O jingle: “Serra é do bem, Serra é do bem”

Serra acaba de discursar. E um jingle já começou a ser executado. Este é o refrão:

*“Quando se conhece bem uma pessoa,
quando se sabe se é gente boa,
com Serra, esta certeza a gente tem,
Serra é do bem, Serra é do bem”*

Por Reinaldo Azevedo

Tags: **Serra, Sucessão 2010**

Exemplo 5

No Exemplo 4 temos o uso comum da fórmula “X do bem”, onde uma fã admite que o cantor Bon Jovi é alguém de princípios, referindo-se a ele como uma pessoa boa, com valores morais, com ética e preocupação com questões sociais, tudo isso implícito no “do bem”.

No Exemplo 5, encontramos o escritor Reinaldo de Azevedo noticiando em seu Blog, no dia 10/04/2010, o lançamento de um Jingle da campanha presidencial do José Serra. No Jingle ele é referido como sendo “do bem”, ou seja, alguém de princípios, ética, moral e preocupado com o social. Portanto, encontramos o mesmo funcionamento do Exemplo 4.



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

O caráter de referente social da fórmula

A significação de que a fórmula se investe não é homogênea, ao contrário, ela possui múltiplas significações, ficando o caráter de *referente social* a tradução de seu aspecto dominante em um dado momento e espaço sociopolítico (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 90), sendo assim a fórmula evoca alguma coisa para todos em um dado momento.

Nesse sentido, é mister um instrumento de medida para avaliação do caráter de referente social da fórmula, ou seja, uma pesquisa por amostragem, ou um índice de caráter notório encontrado no aumento da frequência do signo em um *corpus* estável (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 92). Assim, dizer que uma fórmula é um signo conhecido por todos implica em demonstrar o seu funcionamento em discursos escritos, orais, especializados e leigos. Como pode ser percebido, no exemplo 1 a fórmula “x do bem” funciona em um ambiente religioso; no exemplo 2, como título de uma produção cinematográfica; no exemplo 3, em um projeto de voluntariado; no exemplo 4, na fala comum; e para finalizar, no exemplo 5, no discurso político.

A quarta propriedade constitutiva da fórmula é o seu caráter polêmico, e para falar deste, devemos ter em mente a sua indissociabilidade com seu caráter de referente social, pois a fórmula é portadora de questões sociopolíticas que em seu bojo a descreve, e por isso é constitutivamente polêmica. Não uma polêmica sem razão e frívola, mas uma que busca discutir o real (KRIEG-PLANQUE, 2010, p. 100).

Desta forma, como as questões que as fórmulas carregam são de natureza variada, são também variadas as formas como que os locutores respondem a essas questões, gerando assim o debate, que por sua vez gera a polêmica.

Análise



Figura 1

A figura 1 diz respeito a um panfleto que faz referência ao candidato à presidência do Brasil, José Serra, nas eleições presidenciais de 2010. Circulou em momentos que antecederam uma caminhada na praia de Copacabana, na cidade do Rio de Janeiro, durante a referida campanha.

Na parte superior do material de campanha, aparece a fórmula “Serra é do bem”, em letras garrafais; o nome “Serra” em fundo azul e a expressão “do bem” em fundo verde, com a palavra “bem” em negrito. Logo abaixo da expressão, encontramos a expressão “Vote 45”, sendo o “vote” em azul e o “45” em amarelo, uma nítida alusão as cores da bandeira brasileira. No fundo, a imagem do Cristo Redentor. Do lado esquerdo, uma caricatura de José Serra feita com o intuito de atingir o público jovem, onde o mesmo traja sapatos pretos, uma blusa azul com uma camisa verde por dentro. A caricatura ainda faz gestos com as mãos, a saber um “v” de “vitória”, e um símbolo de “legal”. Na parte inferior direita encontramos uma fala do referido convidado convidando para “caminhada da vitória com Serra e Índio” a ser realizada na praia de Copacabana, Posto 6, 24/10 às 10 horas. No panfleto, encontramos uma cena de propaganda, em que vê-se materializada a relação entre política, moralidade e publicidade.



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

Por meio da fórmula “Serra é do bem”, o citado material aproxima a imagem do candidato José Serra à moralidade e a virtude. Na ocasião, foi uma tentativa de aproximar o candidato José Serra dos eleitores religiosos, em especial os cristãos. A própria escolha da palavra “bem”, em oposição a “mal”, mostra, discursivamente, que, ao contrário da candidata do PT Dilma Rousseff, apresentada pelo PSDB como “do mal”, já que, segundo o discurso materializado nas propagandas do referido partido, ela era favorável ao aborto, ao homossexualismo, etc.; José Serra atenderia aos pleitos dos religiosos cristãos, por ser ele um deles. E nessa oposição entre “bem” e “mal”, temos a aparição do caráter polemico da fórmula “x do bem”.

CONCLUSÕES

Conforme afirmamos anteriormente, Maingueneau (2005, 2008a, 2008b) assegura que o *ethos*, por se constituir por meio do discurso, não é uma “imagem” do locutor exterior à fala, mas uma noção discursiva, sendo um processo interativo de influência sobre o outro que não pode ser apreendido fora de uma situação de comunicação precisa, pois o contexto sócio-histórico constitui e configura a existência de determinados *ethé* em detrimento de outros.

Dessa forma, o candidato José Serra, fazendo uso da fórmula “x do bem”, em sua busca a ocupar cargos eletivos na esfera de poder político atuou em conformidade como o que percebem que o povo esperava e, a partir disso, construiu seus discursos, em que se pode perceber se eles enfatizam seus valores ou o valor de sua plataforma política, se reconhece e se mobilizam o valor dos cidadãos.

Nessa atuação, os candidatos seguem a estratégia da construção de sua própria imagem, tentam montar um *ethos*, ou vários *ethé*, que tenha credibilidade, que seduza os eleitores. As duas materialidades significantes, tomadas como lugar de memória discursiva e analisadas neste trabalho, indicam, pois, um dos *ethé* que



ISSN: 2175-5493

X COLÓQUIO DO MUSEU PEDAGÓGICO

28 a 30 de agosto de 2013

o candidato Serra tentou construir para conseguir adesão dos eleitores no Brasil.

REFERÊNCIAS

- AMOSSY, R. (Org.). **Imagens de si no discurso**. Trad. Dilson F. da Cruz; Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005.
- FONSECA-SILVA, M. C. **Mídia e Lugares de Memória Discursiva**. In: FONSECA-SILVA, M. C.; POSSENTI, S. (Org.). **Mídia e Rede de Memória**. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2007. p. 11-38.
- KRIEG-PLANQUE, A. **A Noção de Fórmula em Análise do Discurso – Quadro Teórico e Metodológico**. São Paulo: Editora Parábola, 2010.
- MAINGUENEAU, D. (1998). A cena de enunciação. In: **Análise de textos de comunicação**. Trad. Cecília P. de Souza-e-Silva e Décio Rocha. São Paulo, Cortez, 2001.
- _____. Ethos, cenografia e incorporação. In: Amossy, R. (Org.). **Imagens de si no discurso**. Trad. Dilson F. da Cruz; Fabiana Komesu e Sírio Possenti. São Paulo: Contexto, 2005.
- _____. Problemas de ethos. In: **Cenas da enunciação**. Sírio Possenti; Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva (Org.). São Paulo: Parábola Editorial, 2008a, p. 55-73.
- _____. Cenografia epistolar e debate público. In: **Cenas da enunciação**. Sírio Possenti; Maria Cecília Pérez de Souza (Org.). São Paulo: Parábola Editorial, 2008b, p. 115-135.
- SILVA, E. G. **Cenografias, estereótipos e discurso religioso**. In: Colóquio Internacional de Estudos Linguísticos e Literários. Maringá: Universidade Estadual de Maringá, 2010.